



Feria Internacional  
del Turismo Termal  
1 al 4 de octubre de 2014  
Termas de Río Hondo

# Termatalia Argentina

Puente termal entre Europa y América Latina

[www.termatalia.com](http://www.termatalia.com)



**NOMBRE DEL CERTAMEN:** Termatalia Argentina

**EDICIÓN:** 14<sup>a</sup>

**PERIODICIDAD:** Anual

**CATEGORÍA:** Internacional. Según Resolución de la Secretaría de Estado de Comercio del Ministerio de Economía y Competitividad del Gobierno de España publicada en el Boletín Oficial del Estado (26/12/2012).

**RECINTO:** Autódromo de Termas de Río Hondo

**FECHA DE CELEBRACIÓN:** 1 – 4 de Octubre de 2014

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Termas de Río Hondo

**CARÁCTER:** Mixto

Profesional:

Miércoles

Jueves

Público General:

Viernes

Sábado

**ORGANIZA:**



[www.termatalia.com](http://www.termatalia.com)

[termatalia@termatalia.com](mailto:termatalia@termatalia.com)

Telf: +34 988 36 60 30

Galicia – España

**PATROCINAN:**







## PRESENTACIÓN

---

**TERMATALIA** es la única Feria especializada a nivel mundial que representa el puente termal entre Europa y América Latina, reuniendo a profesionales de más de 20 países, y que tras 13 ediciones de celebración en España y Perú, en 2014 tendrá lugar en Termas de Río Hondo (Santiago del Estero) con la denominación **TERMATALIA Argentina**.

Este foro especializado fomentará el **intercambio de experiencias en el ámbito empresarial, institucional y social** con el fin de **impulsar el mercado estratégico del Turismo Termal y de Bienestar en América Latina**, al tiempo que se establecerán **vínculos científicos y comerciales entre el continente europeo y americano**.

**TERMATALIA Argentina** actuará como revulsivo en un área geográfica en la que en la actualidad existe un gran interés en el desarrollo del termalismo y que ha apostado por Termas de Río Hondo como sede, por ser la capital termal de América Latina.



## PRESENTACIÓN

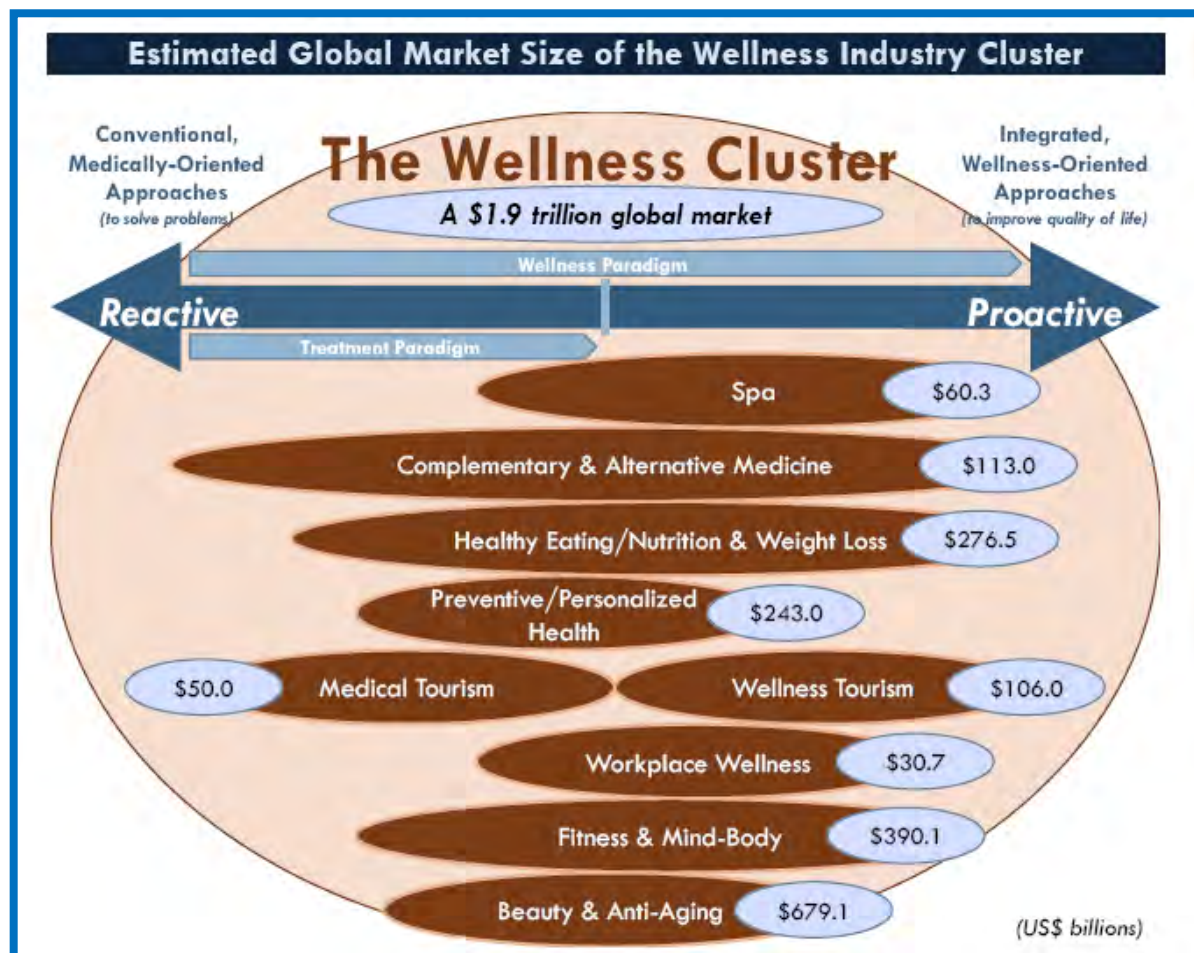
### SECTOR DEL TURISMO DE SALUD Y BIENESTAR

A pesar de la coyuntura económica actual, las expectativas del **Turismo de Salud** son positivas, derivadas de la tendencia de la sociedad hacia un estilo de vida más saludable y preventivo. El perfil del consumidor de este producto, se ha vuelto más exigente demandando mayor profesionalización y un valor añadido en los servicios que prestan estos establecimientos. Se busca una mayor excelencia en el servicio y tratamientos personalizados.

Esto ha llevado a los centros de Turismo de Salud a buscar nuevos nichos de mercado y a organizar ofertas personalizadas basadas en los atractivos de cada territorio.

**El clúster de la industria del bienestar ha llegado a alcanzar una cifra de negocios de aproximadamente 11.400 millones de €, con 289 millones de consumidores a nivel mundial** (según estudio de SRI International).

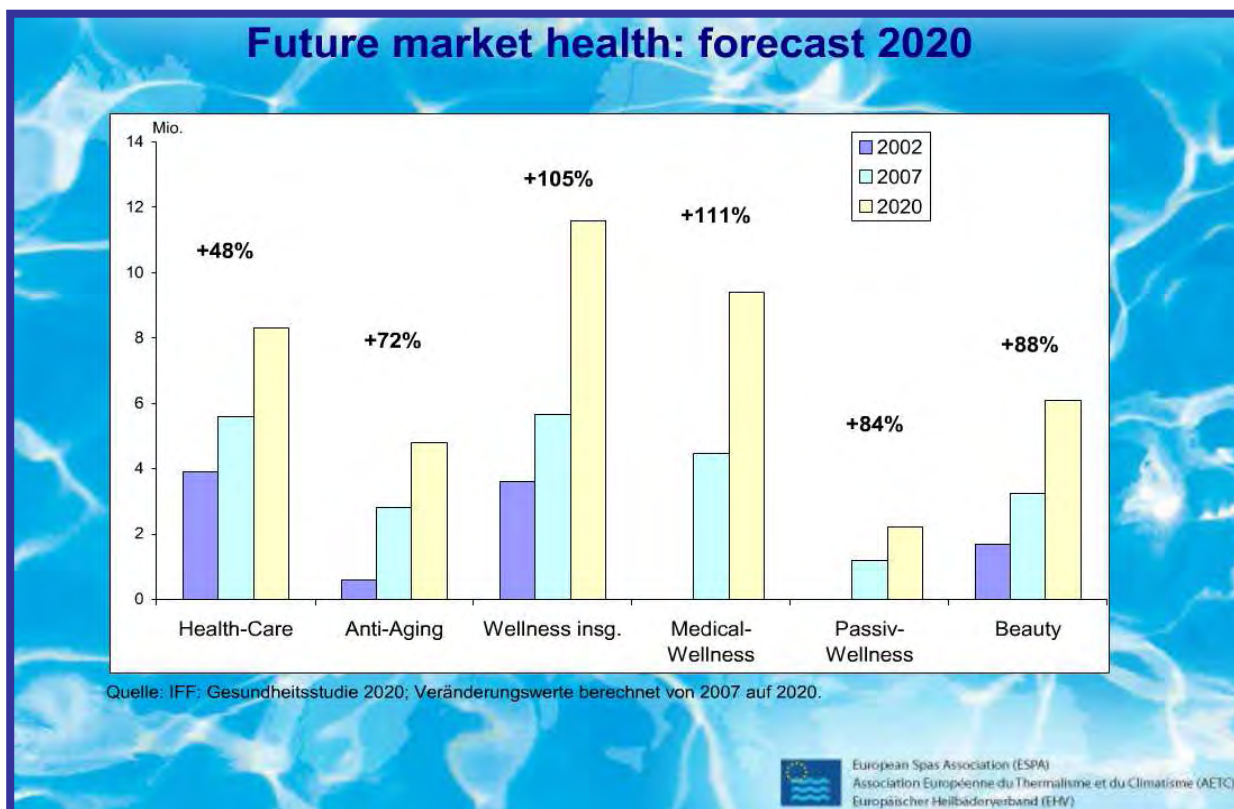
En la última década se ha multiplicado por cinco el crecimiento del sector, algo que no ha pasado desapercibido para las distintas administraciones públicas y entidades privadas que han ido, progresivamente, incrementando la inversión, en este ámbito.



## PRESENTACIÓN

### TENDENCIAS DEL MERCADO

Las previsiones de crecimiento de los **diferentes productos turísticos relacionados con el Wellness hasta el 2020 se sitúan encima de 111%**, especialmente en el caso del Medical Wellness y los tratamientos preventivos como consecuencia de la tendencia creciente de la sociedad a mantener un estilo de vida saludable.



De hecho un nuevo segmento de turistas premium se ha acuñado como **LOHAS- Lifestyles of Health and Sustainability**-, consumidores interesados en productos saludables y sostenibles desde un punto de vista medioambiental y social- tendencia coincidente con el Turismo termal, por su necesidad de preservar el entorno, los recursos acuíferos y su positivo impacto en regiones de carácter rural gracias a la creación de nuevos empleos y servicios en la economía local.

### TURISMO TERMAL EN EUROPA

El segmento del Turismo de Salud, en lo referente a centros que emplean aguas minero-medicinales, genera en Europa un volumen de negocio de 20 billones de euros, manteniendo 500 mil empleos directos y más de 1 millón inducidos. Cabe resaltar que solamente en la región alemana de Baviera anualmente se registran 60 millones de visitas anuales a estaciones termales, por lo que el fomento de la **"Cultura del Agua"** con carácter preventivo o paliativo puede contribuir al desarrollo de un importante sector económico en otras regiones y países del Mundo si se promueve adecuadamente.

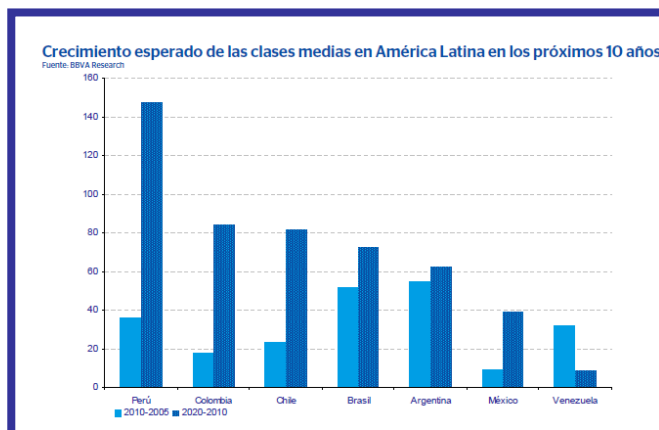


## NUEVAS OPORTUNIDADES

La conexión que **TERMATALIA** propone entre Europa y América presenta nuevas vías de desarrollo del negocio en ambos continentes.

### OPORTUNIDADES PARA LOS PAÍSES EN LATAM

- El Termalismo refuerza desde el punto de vista turístico el valor de la **ventaja absoluta de la región a nivel mundial que es su disponibilidad de recursos naturales**.
- Proyección internacional de **un sector sostenible y responsable** con el Medio Ambiente y la Sociedad, facilitando el impulso de nuevos destinos turísticos en cada país.
- **TERMATALIA** facilita el posicionamiento estratégico a las naciones que apuestan por este **nicho de interés complementario con otros** (negocios, eventos, cultura y naturaleza) y que contribuye a potenciar la cuenta de ingresos por Turismo.
- La vocación Latinoamericana de la feria servirá de plataforma para la implementación de estrategias conjuntas de marketing, promoción y gestión de las actividades turísticas vinculadas al Bienestar y la Salud.
- Entre los objetivos de la feria se encuentra el de **reforzar el Turismo intra-región**, que supone más el 50% de lo movimientos en LATAM.
- **Posicionamiento ante los dos principales externos Norte América (21,5%) y Europa (18.5%)** con una Oferta Innovadora y complementaria de otros productos más maduros (Naturaleza, Enología y Gastronomía, Cultural, Turismo Rural Comunitario...).
- **Conexión con expertos mundiales** en los diversos campos del termalismo: empresarial, científico o institucional, con el fin de acelerar el proceso de desarrollo del sector.
- **Adquisición del know - how** en la implementación de negocios basados en el aprovechamiento de las aguas termales.
- Complementar el amplio campo del **Turismo Médico** con nuevas explotaciones basadas en el agua minero-medicinal, agua de mar o agua común con fines de rehabilitación, entre otros.





## NUEVAS OPORTUNIDADES

### OPORTUNIDADES PARA EUROPA

Latinoamérica es uno de los vértices de tendencias en cuanto a tratamientos en el campo del turismo de salud, estética, especializándose la industria de cada país en determinados segmentos: tratamientos estéticos en Colombia y Venezuela, el sector de la belleza en México, Perú y Panamá, el liderazgo de Brasil... Los consumidores de la región gastan mucho dinero en estética y cuidado personal.

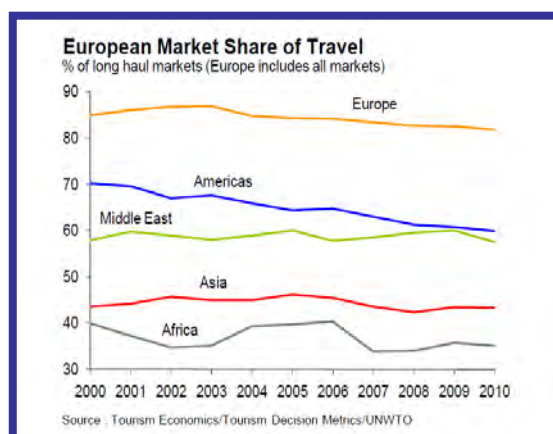
En las últimas ediciones celebradas de Termatalia, los datos que se han obtenido de las misiones comerciales de importadores de bienes de equipo de América Latina (México, Colombia, Argentina, Chile...) muestran que hay una gran demanda de equipamientos para spas, balnearios, clínicas, estética y cosmética. Estos importadores han demandado información sobre exportadores de bienes y tecnología que estuvieran dispuestos a hacer negocios con ellos.

Este contexto implica nuevas oportunidades para los agentes europeos del sector:

- **Consultoría en termalismo y talasoterapia.**
- **Construcción, equipamientos y tecnología.**
- **Formación de profesionales.**
- Acompañamiento en el **desarrollo de nuevos productos** basados en las singularidades locales (cosmética, peloides...).
- **Vinculación científica y universitaria.**
- Impulso al asociacionismo y fomento de la **red eurolatina de termalismo.**

En materia de Turismo, al sector termal europeo se le presenta la posibilidad de captar nuevos clientes entre los que viajan a Europa, pertenecientes en la mayor parte de los casos a un segmento premium.

Según datos de la OMT **la región de las Américas representa el primer mercado externo para el Turismo en Europa.**



## SECTORES DE LA FERIA

### TURISMO

#### PROMOCIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS

**TERMATALIA Argentina**, se convierte en el marco ideal para promocionar destinos de Turismo de Salud y Bienestar de cualquier parte del Mundo.

Tienen cabida aquí tanto las empresas privadas como las asociaciones, Oficinas de Turismo y otras Instituciones.



#### ESTABLECIMIENTOS TERMALES

En numerosos países se están poniendo en valor los recursos naturales y el empleo de las aguas mineromedicinales en Centros, dotados de modernas infraestructuras, equipamiento y tecnología para atraer visitantes foráneos.



## SECTORES DE LA FERIA

### TURISMO



#### CENTROS DE TALASOTERAPIA

El interés es creciente por el aprovechamiento de las propiedades del agua de mar para tratamientos de salud y belleza.

#### SPA

Permiten a un número de establecimientos turísticos incrementar su oferta de ocio y relax con instalaciones donde el agua es el eje de toda la actividad.



#### CLÍNICAS – HOSPITALES

El Turismo Médico encuentra un gran aliado en el Turismo Termal o de Bienestar con el fin de ofrecer un producto integral al cliente final.





## SECTORES DE LA FERIA

### PROVEEDORES

Son muchas las empresas que de un modo u otro están relacionadas con la industria termal:

- Captaciones, sondajes y saneamiento.
- Analítica y control.
- Construcción.
- Energía.
- Suministros hidráulicos.
- Equipamiento y tecnología.
- Proveedores de bañeras y otros equipos de baño y ducha.
- Saunas y cabinas.
- Higienización y depuración.
- Aparatos para ejercicio físico.
- Tematización y decoración.
- Informática aplicada.
- Cosmética.
- Agua envasada.
- Textil.
- Consultoría y formación.



## RED INTERNACIONAL

**TERMATALIA** cuenta con una red de socios a nivel internacional que apuestan por el desarrollo del Turismo de Salud y Bienestar.

### RED ESTRATÉGICA DE SOCIOS Y COLABORADORES

#### INTERNACIONALES

- \* FEHGRA - Federación Empresaria Hotelera Gastronómica de la República Argentina
- \* MINCETUR - Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Perú)
- \* PROMPERÚ - Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo
- \* SHP – Sociedad Hoteles del Perú
- \* Asociación Latinoamericana de Spa (México)
- \* ESPA - European Spas Association
- \* Antalya - ANFAS HETEX (Turquía)
- \* OPTBR - The Organization of Spa Owners in Romania (Rumanía)
- \* APROFEST – Asoc. Proveedores de Productos y Servicios para la Estética (Colombia)
- \* ABINAM - Associação Brasileira de Indústria de Águas Minerais (Brasil)
- \* ATP – Associação das Termas de Portugal
- \* COTELCO – Asociación Hotelera y Turística de Colombia
- \* ISMH – International Society of Medical Hydrology and Climatology



#### ESPAÑA

- \* Observatorio Nacional del Termalismo y Desarrollo Rural
- \* Balnearios de España
- \* ICTE - Instituto para la Calidad Turística Española
- \* Spatermal - Asociación Española de Wellness Spa
- \* Escuela de Hidrología Médica e Hidroterapia de la Universidad Complutense de Madrid
- \* Cátedra de Hidrología Médica de la Universidad de Santiago de Compostela

## ACCIONES PROFESIONALES

### ACCIONES DE NEGOCIO

**TERMATALIA Argentina** estará dotada de un Centro de Negocios para ofrecer a expositores y visitantes profesionales un espacio adecuado en el que mantener citas de trabajo. Entre las acciones que se desarrollarán destacan:



- \* **Bolsa de Contratación Turística.** Con la participación de Mayoristas de Viajes procedentes de Europa, Asia y América Latina.
- \* **Misiones comerciales** de empresas dedicadas a la consultoría, formación, equipamiento y diseño integral de proyectos de termalismo, talasoterapia y spa.
- \* **Rondas de negocio** entre expositores y profesionales desplazados al evento.
- \* **Foro de inversores.** Contactos entre potenciales inversores procedentes de diferentes países para conocer proyectos basados en el turismo termal y el turismo de salud, para el desarrollo o la cooperación empresarial en nuevos negocios.
- \* Misión de **Medios de comunicación especializados** en Turismo de Salud de todo el Mundo.

### CATA INTERNACIONAL DE AGUAS

Entre las actividades profesionales organizadas en **TERMATALIA Argentina** destaca la **CATA INTERNACIONAL DE AGUAS** que celebrará en el 2014 su decimoprimer edición, en la que participarán marcas de distintos países.

Un jurado integrado por un panel internacional de catadores profesionales y por expertos de distintos ámbitos como la Universidad, la Investigación o la crítica gastronómica elegirán a las tres mejores en las categorías de: agua mineralización débil, agua mineralización muy débil, agua con gas y agua con gas natural. Los resultados son recogidos por diversas publicaciones especializadas a nivel internacional.



Termatalia se ha constituido como una marca que las empresas emplean en su promoción.



## ACCIONES PROFESIONALES

### ENCUENTRO INTERNACIONAL SOBRE AGUA Y TERMALISMO

Paralelamente a la feria, **TERMATALIA Argentina** organiza el “Encuentro Internacional sobre Agua y Termalismo”. Una serie de foros y jornadas técnicas que abordan el sector desde las más diversas ópticas.

El programa científico tratará el termalismo desde una perspectiva multidisciplinar, contando con la participación de reconocidos expertos internacionales con la siguiente estructura:



#### *Sesión Científica sobre Hidrología Médica y Agua de bebida*

Médicos hidrólogos y científicos presentarán las indicaciones de cada tipo de agua minero-medicinal para la salud, así como las últimas novedades e investigaciones en tratamientos de hidroterapia, en los que el recurso del agua juega un papel fundamental.



#### *Jornada de Turismo, Innovación y Sostenibilidad*

En la que distintos gestores analizarán potenciales mercados y tendencias en el Turismo Termal y de Bienestar a nivel mundial, ejemplos de modelos de gestión y desarrollo de negocios turísticos basados en el aprovechamiento de las aguas termales, de mar o agua común y presentación de proyectos orientados a la sostenibilidad energética y medioambiental en instalaciones de circuitos hídricos.

#### *Encuentro de Ciudades Termales*

Exposición e intercambio de experiencias de ciudades de Europa y América Latina cuyo desarrollo urbanístico, económico y social gira entorno a sus recursos termales como motor en diferentes localidades que atraen a visitantes foráneos.



## FOMENTAR “LA CULTURA DEL AGUA”

**TERMATALIA Argentina** también pretende promover la “**Cultura del Agua**” y familiarizar a sus potenciales consumidores con el Termalismo, por lo que la organización prepara toda una serie de actividades destinadas al público final, relacionado con los productos y servicios presentados en este salón.

### CENTRO TERMAL

Una acción singular recrea como es un **Centro Termal** por dentro y los tratamientos que en él se realizan, empleando las últimas novedades del sector.

Áreas del Centro Termal:

- \* Piscina.
- \* Área de relajación.
- \* Cabinas con equipamiento de última generación.



### BAR DE AGUAS

Todos los países del mundo han dado pasos hacia adelante en el consumo de aguas envasadas, en la búsqueda de una mejora de la salud y el conocimiento de las indicaciones de cada una de ellas.

Para exaltar las propiedades de las distintas aguas envasadas, se instala un **BAR DE AGUAS**, en el que los visitantes tienen la oportunidad de conocer y degustar distintas marcas de las más diversas procedencias y países.





## OTROS ATRACTIVOS PARA EL PÚBLICO GENERAL

### ÁREA DE MASAJES

Los visitantes podrán conocer los diferentes tipos de masajes existentes y disfrutar de ellos.



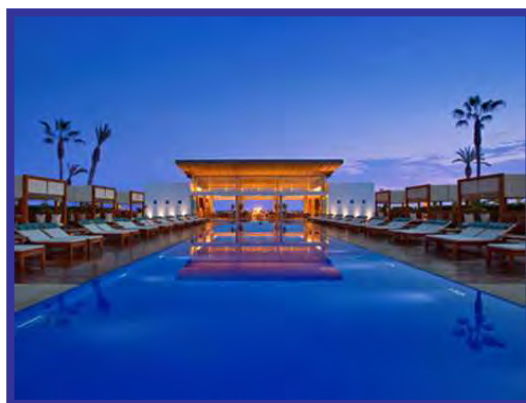
### PRECIOS ESPECIALES

Quien visite la feria tendrá la oportunidad de efectuar **RESERVAS** a **PRECIOS ESPECIALES** con importantes **DESCUENTOS** en muchos de los establecimientos que participan en el salón, ventajas que sólo se podrán disfrutar acudiendo a **TERMATALIA Argentina**.



### RUTAS TERMALES

Con el fin de complementar la participación de los profesionales, **TERMATALIA Argentina** coordinará **visitas guiadas** a una selección de **enclaves**, con oferta en Turismo de Salud y Bienestar.



### EXPOSICIONES

Con la intención de **divulgar la "Cultura del Agua"** entre los visitantes, la feria acogerá exposiciones artísticas sobre temas relacionados con este importante recurso.



## DATOS SIGNIFICATIVOS ÚLTIMA EDICIÓN

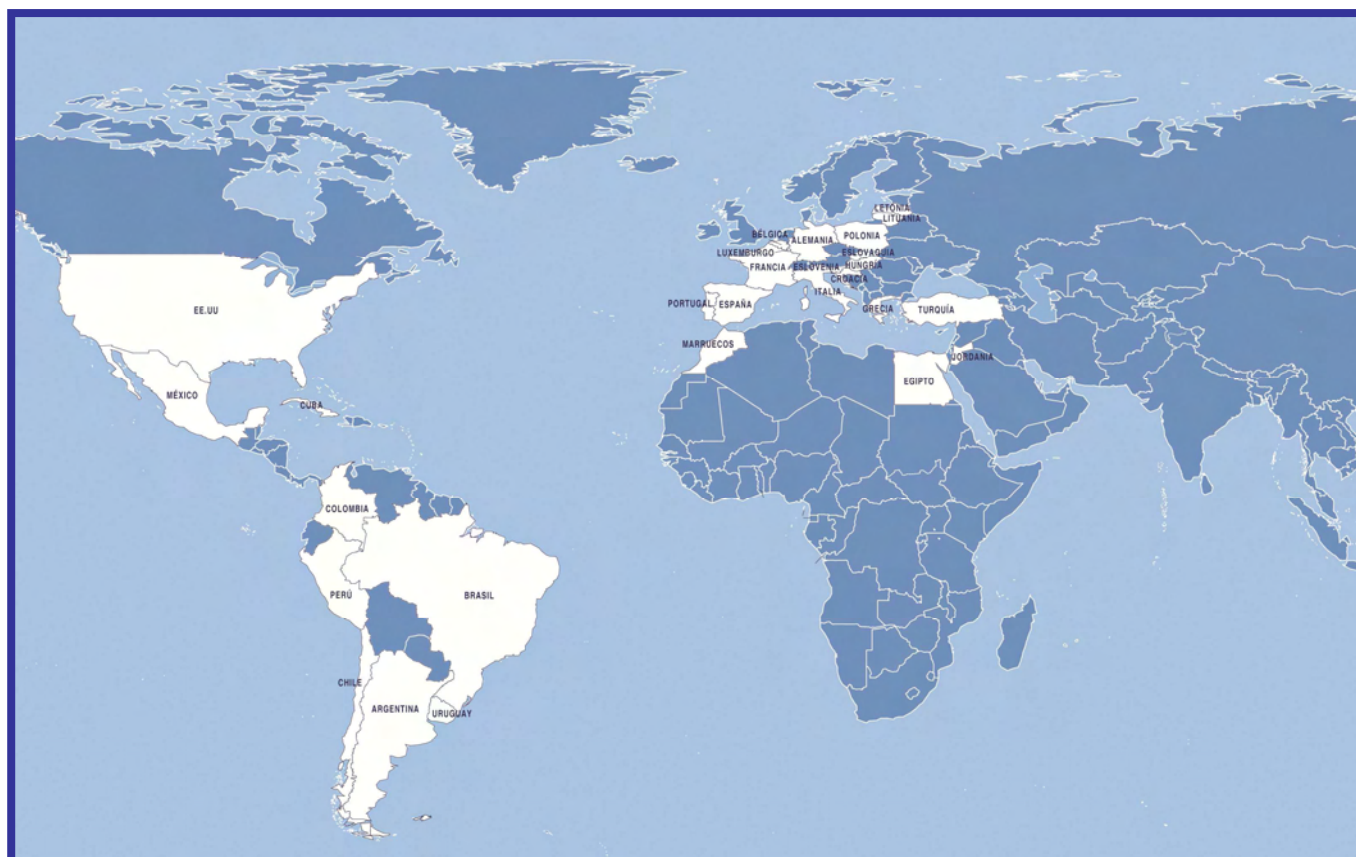
La pasada 13ª edición de Termatalia ocupó **12.000 m2** de superficie y contó con **237 expositores**, procedentes de **31 países** (España, Rumanía, Argentina, Chile, Colombia, EE.UU, Francia, Andorra, Italia, México, Perú, Turquía, Portugal, Costa Rica, Brasil, Holanda, Alemania, Angola, Marruecos, Israel, Hungría, Islandia, Luxemburgo, Polonia, Bulgaria, Ecuador, Paraguay, Ucrania, Grecia, Mozambique y Jordania).



Alrededor de **10.000 visitantes**, de los cuales **2.700** eran **profesionales** del sector se acercaron hasta Expourense (Galicia - España) durante los tres días que duró **TERMATALIA**.



La decimotercera edición alcanzó entre el público un elevado índice de satisfacción respecto a la calidad y a la cantidad de los expositores.



## MARKETING Y COMUNICACIÓN

**TERMATALIA Argentina**, como evento único en su sector, cuenta con una campaña promocional adecuada a su carácter internacional, estando presente en numerosos foros tanto en Europa como en América Latina.

Expourense desarrolla un intenso trabajo de promoción de la 14ª edición, que en las próximas fechas se reflejará en las siguientes acciones:

- \* Presentaciones mediáticas a nivel nacional e internacional.
- \* Participación en grandes ferias de turismo y eventos del sector.
- \* Publicidad en revistas y portales especializados.
- \* Publicidad en prensa, radio y televisión.
- \* Partners de los principales eventos mundiales.



- \* Invitaciones a grandes empresas, pymes y agrupaciones profesionales de distintos países.

- \* Invitación a asociaciones y otros colectivos sociales.

Además el certamen cuenta con una página web, [www.termatalia.com](http://www.termatalia.com), en la que se pueden consultar todas las novedades sobre la feria y sobre el sector termal. Se edita también un Newsletter que se envía periódicamente a todos los suscriptores, así como también está presente a través de Facebook.

Esta nueva edición contará al igual que la pasada con la presencia de numerosos medios de comunicación acreditados, tanto especializados en termalismo y turismo como de carácter general, procedentes de distintos puntos del Mundo.





## DELEGACIONES INTERNACIONALES

---

### CONTACTOS

#### - Angola y Mozambique:

D. José Carlos Simoes Coutinho (josecarlos.coutinho@sapo.pt)

#### - Argentina, Bolivia, Paraguay y Uruguay

Dña. Teresita Van Strate (termatalia\_arg@yahoo.com.ar)

#### - Canadá y Estados Unidos:

Dña. Camille Hoheb (camille@globalspaandwellness.com)

#### - Chile:

D. Gonzalo M. Arredondo (gmiranda@spacioconsulting.com)

#### - Francia y Andorra:

D. Laurent Dupont (direction@luchon-bien-etre.fr)

#### - Islas Azores y Cabo Verde:

D. Antonio Cavaco (antcavaco@iol.pt)

#### - Italia:

D. Giuseppe Amati (info@degustatoriacque.com)

#### - México y Centroamérica:

Dña. Eugenia García (direccion@revistavenamerica.com.mx)

#### - Perú:

D. John W. Herdin (jherdins@peruthermal.org)

#### - Portugal:

D. Adriano Barreto (abramos@interviz.biz)

#### - Turquía y Eurasia:

D. Olkay Okay (info@spawellnessturkey.com)



## MEDIA PARTNERS

### EUROPA

#### Tribuna Termal - Revista Oficial de Termatalia (España)



#### Quality Spa (España)



### AMÉRICA

#### Travel Magazine (Argentina)



#### Puerto TV (Argentina)



#### Ravel Update (Perú)



#### Perú Termal (Perú)



#### Grupo Ven América (México)



### EUROASIA

#### Revista Spa & Wellness (Turquía)



## PLANO RECINTO

---







The background of the image is a solid light blue color. Overlaid on this background are numerous overlapping, swirling lines in two colors: white and a darker blue. These lines form a complex, organic pattern that resembles tangled threads or a network of loops, filling the entire frame. The lines vary in thickness and curvature, creating a sense of movement and depth.

[www.termatalia.com](http://www.termatalia.com)